

PERANCANGAN ULANG VISUAL IDENTITY SPESIAL BAKSO MAKNYUSS PATI

AGLIN PRAHADELA

(Pembimbing : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201389@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Spesial Bakso Maknyuss Pati berdiri tahun 2014. Didirikan oleh Imam Nur Kholis seorang anak dari orang tua yang bekerja dalam bidang jasa pemotongan hewan Sapi (Jagal Sapi). Sekarang semakin bertambahnya waktu sang pemilik mulai membuka cabang di beberapa tempat. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain Spesial Bakso Maknyuss harus memiliki identitas sebagai daya tarik perusahaan untuk mempengaruhi minat konsumen. Namun identitas yang ada saat ini masih kurang konsisten penerapannya sehingga menjadikan kendala perusahaan untuk berkembang. Dari permasalahan yang ada maka dibuatlah perancangan ulang visual identity Spesial Bakso Maknyuss. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif yang meliputi wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan brainstorming. Hasil dari perancangan ulang visual identity ini berupa GSM, logo, stationery, seragam, nota, menu, kalender dan packaging. Dengan adanya visual identity yang baru diharapkan dapat diterapkan secara konsisten oleh perusahaan agar dapat memvisualisasikan identitas perusahaan secara baik sehingga dapat memperkuat posisi Spesial Bakso Maknyuss untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata Kunci : Bakso, GSM, Perancangan ulang, Visual Identity

REDESIGN OF VISUAL IDENTITY FOR SPESIAL BAKSO MAKNYUSS PATI

AGLIN PRAHADELA

(Lecturer : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201201389@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Special Bakso Maknyuss starch off years 2014 .Founded by Imam Nur Kholis a child of parents who work in the service sector cutting bovine animals (slaughterhouse beef) .Now the increased time the owner start opening up branches in some places .To compete with other competitors Special Bakso Maknyuss must have the identity of a attraction company to affect consumer interests .But the identity of the current it is weak consistent that made company obstacles to thrive .From trouble lies so he made redesign visual identity Special Bakso Maknyuss .The methodology used in the design this is a qualitative methodology which includes interview, documentation and the literature study. Analysis method used is descriptive qualitative and go brainstorm .The result of redesigned this visual identity in the form of gsm , logo , stationary , uniform , the memorandum , menu , calendars and packaging .With the existence of visual identity new expected to be applied consistently by the company so it can visualize identity in good company so that it can strengthen the position of Special Bakso Maknyuss to be able to compete with other competitors.

Keyword : meatballs , GSM , redesign , visual identity